

Note

Destinataire : BRIE

Date : 19 octobre 2011

Objet : i-DEPOT public : prise d'informations dans le marché

Extraits d'un document établi par l'Office et discuté en réunion COREMO d'octobre 2010. L'OBPI a étudié de plus près la question de l'intérêt que pourrait susciter un i-Depot public dans la vie des affaires.

(...)

Il ne s'agit pas de fournir une étude scientifique ou exhaustive – projet en soi irréaliste –, mais de donner un aperçu de la réaction spontanée que suscite l'idée d'un i-DEPOT public auprès des acteurs de l'innovation et de la création. Notons que le « marché » de l'i-DEPOT (secret ou public) est, à la base, difficile à cerner et à identifier précisément, dès lors qu'il implique énormément de secteurs d'activité et de professions différentes.

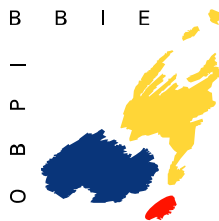
1 Modus operandi

Afin de recueillir les informations les plus variées et les plus représentatives possibles, l'Office a souhaité prendre contact avec des interlocuteurs venant d'horizons très différents. Nous avons ainsi veillé à inclure dans notre groupe-cible :

- autant des utilisateurs actuels de l'i-DEPOT (dans sa version « secrète ») que des personnes ou des organisations qui n'utilisent pas l'i-DEPOT actuellement (quelle qu'en soit la raison) ;
- des interlocuteurs susceptibles d'approcher ou de s'intéresser à la propriété intellectuelle par différents angles : brevets, dessins et modèles, droit d'auteur ou autres...
- des organisations de toutes tailles (voire même unipersonnelles) et actives dans différents secteurs ;
- des interlocuteurs situés dans les différentes régions du Benelux.

Les contacts ont été réalisés par entretien téléphonique, entre le 10 et le 22 septembre 2010.

Lors des contacts que nous avons eus, nous avons cherché à savoir si l'i-DEPOT public répondrait, aux yeux de nos interlocuteurs, à un réel besoin. Il est évident qu'à ce stade, nous avons laissé le champ de la discussion très ouvert : des questions sur les futures modalités pratiques de l'i-DEPOT



public nous ont été fréquemment posées, mais nous avons systématiquement répondu que ces choix seraient opérés ultérieurement. Au demeurant, le fait même de s'intéresser aux modalités d'implémentation semble déjà, selon nous, démontrer un intérêt de principe pour le projet...

2 Résultats

Nous résumons ci-dessous la teneur des entretiens que nous avons eus, sans que les résultats ne soient présentés selon un ordre logique ou une séquence quelconque.

Monsieur Wouter Pijzel – Utrecht

Nederlandse Orde van Uitvinders (NOVU)

Monsieur Pijzel se montre immédiatement très enthousiaste ! Des utilisateurs de l'i-DEPOT avec lesquels il est en contact lui demandent régulièrement s'il est possible de visualiser le contenu des i-DEPOTs. Il estime que l'obligation actuelle au secret est un inconvénient majeur si l'on compare aux publications et à la littérature en matière de brevets. Monsieur Pijzel indique qu'il serait utile de pouvoir déterminer précisément ce que l'on veut rendre public (pas automatiquement tout le contenu de l'i-DEPOT).

Monsieur Jean-Loui De Ridder – Bruxelles

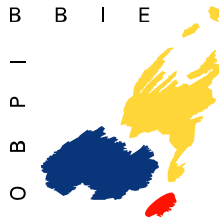
Président de l'Union des Designers de Belgique (DUB) ; designer industriel, designer de produits, architecte d'intérieur (AXIA SPRL)

Monsieur De Ridder estime qu'il s'agit d'une piste intéressante, qui répond très certainement à un besoin des créateurs. Ceux qui – comme c'est le cas dans son domaine – vendent essentiellement le fruit de leur créativité apprécient l'i-DEPOT ; la publication, si elle est laissée au choix du déposant, ne peut être qu'un plus. Un des éléments qui, selon Monsieur De Ridder, sera déterminant dans le succès d'un tel service, est le prix : les jeunes créateurs (surtout) rechignent parfois à payer 35 EUR pour effectuer un i-DEPOT. Un prix de 10 à 15 EUR serait sûrement plus attractif.

Madame Caroline Merckx – Louvain

Flanders DC

Madame Merckx pense que, dans un premier temps, les tout jeunes créateurs seront peut-être méfiants à l'idée de divulguer leurs créations (le secret les rassure d'une certaine façon). Par contre, elle estime que l'i-DEPOT public sera d'une grande utilité pour toutes les entreprises qui (en matière informatique, par exemple) travaillent en *open source*. Pour les créations susceptibles d'être protégées par le droit d'auteur, Madame Merckx indique que ce sera également un outil précieux : à la preuve que constitue actuellement l'i-DEPOT viendra s'ajouter l'avantage d'une diffusion, excellente pour renforcer la protection des créateurs.



Enfin, dans le domaine (très en vogue actuellement) de la « co-crédation »⁽¹⁾, l'i-DEPOT public facilitera les choses, en « sécurisant » une plate-forme pour l'échange d'idées.

Madame Jacqueline van der Sluis – La Haye

Center Tone Consultancy

Chez Center Tone, on conseille souvent aux clients de réaliser un i-DEPOT comme premier pas vers une future protection par un droit de propriété intellectuelle. Selon Madame Van der Sluis, la fiabilité de l'OBPI et la garantie de confidentialité sont appréciées. Elle estime cependant que la version publique de l'i-DEPOT peut offrir des avantages propres, distincts de ceux de la version secrète. La divulgation doit donc de toute façon demeurer facultative, elle sera décidée en fonction des circonstances de chaque dossier. Il serait intéressant, selon Madame Van der Sluis, de permettre de demander la publication même bien après l'introduction de l'i-DEPOT : celui-ci resterait donc secret dans un premier temps et pourrait être révélé ultérieurement, en fonction par exemple de considérations marketing (introduction sur le marché, lancement d'une campagne, etc.)

Monsieur Serge Quazzotti – Luxembourg

Centre de Veille Technologique, CRP Henri Tudor

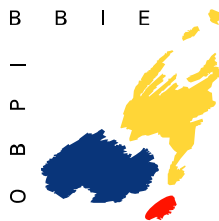
Monsieur Quazzotti estime qu'il s'agirait d'une très bonne initiative. Il indique que la publicité de l'i-DEPOT facilitera grandement la valorisation des créations, aspect justement très délicat pour beaucoup d'acteurs. Il cite l'exemple des logiciels (essentiellement protégés par le droit d'auteur) et pense que l'i-DEPOT public intéressera autant les entreprises qui travaillent en *open source* que les autres. L'accès aux informations par le public est un point capital. Du point de vue du Centre Tudor même (en interne), Monsieur Quazzotti indique que l'i-DEPOT public sera utile.

Madame Barbara Sylvester – Mons

Maison du Design

Aux yeux de Madame Sylvester, il serait sûrement intéressant de permettre une publication de l'i-DEPOT, tout au moins pour certains acteurs du monde créatif. Et de mentionner l'exemple récent d'un de ses contacts, créatrice de bijoux, qui ne franchit pas l'étape de dépôts de dessins ou modèles, mais qui souhaiterait malgré tout avoir une trace « officielle » de son apport créatif. Dans ces secteurs où les créations changent relativement vite (stylisme, mode, etc.), la plupart des créateurs ne sollicitent jamais la protection par les dessins ou modèles ; il sera certainement facile de les convaincre de faire un i-DEPOT, car c'est facile, bon marché et sans formalisme. Mais dans les explications à donner aux créateurs, il conviendra d'insister sur le caractère facultatif de la publication : c'est laissé à leur libre choix.

¹ La co-crédation consiste, pour une entreprise, à développer des produits ou services en collaboration active avec ses clients et ce, de façon durable. La co-crédation de produit ou service avec le client arrive au deuxième rang des priorités des dirigeants marketing pour la période 2010-2012 selon le baromètre Cegos.



Les jeunes créateurs en début de carrière ont en effet souvent peur de « montrer » leurs créations, craignant ainsi d'être copiés.

Monsieur Matthieu Farcot – Luxembourg

GIE Smile (développement ICT)

Monsieur Farcot connaît l'i-DEPOT pour l'avoir utilisé à de nombreuses reprises dans le cadre de développements de software et d'octrois de licences. A plusieurs reprises, ses collègues et lui se sont dits que leurs affaires bénéficieraient grandement d'une divulgation et d'une diffusion du contenu des i-DEPOTs. Cela doit être examiné au cas par cas et bien évalué par l'auteur : certains produits tireront un grand profit d'une publication, d'autres non. Pour Monsieur Farcot, offrir cette possibilité aux utilisateurs de l'i-DEPOT semble en tout cas être un développement très utile. Il mentionne aussi le cas des transferts de technologies : dans le processus global et les négociations, la publication de l'i-DEPOT peut jouer un grand rôle.

Madame Kitty de Jong - Amsterdam

Beroepsvereniging Nederlandse Ontwerpers (BNO)

Madame De Jong et sa collègue Anouk Siegelaar pensent que l'i-DEPOT public offrirait des perspectives très intéressantes pour leur groupe-cible (créateurs, designers, développeurs, auteurs, dans différents domaines industriels, la mode, le packaging, les accessoires, le graphisme, etc.). Selon elles, les créateurs apprécieront, d'une part, de pouvoir consulter les i-DEPOTs déjà publiés afin de se faire une idée de ce qui existe dans telle branche spécifique, et d'autre part de voir si leurs idées suscitent un intérêt et provoquent des réactions. L'idée d'une rencontre entre l'offre des designers et la demande des clients potentiels est aussi séduisante.

Monsieur Khalid Larget – Luxembourg

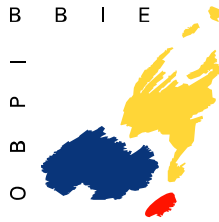
Université de Luxembourg, Propriété intellectuelle

Sans pouvoir mentionner des cas vécus, Monsieur Larget indique que le seul fait de permettre la publicité ou la diffusion des créations, et donc d'en accroître la visibilité, serait un grand plus (à tout le moins pour certains créateurs). Il mentionne ainsi l'exemple des logiciels *open source*.

Monsieur Johan Cops – Hasselt

Vice-président de l'Union des Designers de Belgique (UDB) ; designer industriel, designer de produits, designer graphiste (SKAP BVBA)

Comme suite à notre entretien à propos de l'i-DEPOT (public), Monsieur Cops a effectué une rapide enquête téléphonique auprès d'environ 35 designers. La plupart (majoritairement des designers de produits et des designers industriels, actifs notamment dans l'industrie du meuble) se sont montrés favorables et positifs par rapport à l'idée d'un i-DEPOT public. Les designers trouvent capital de pouvoir faire connaître leur travail via un canal 'fiable', tel que



l'OBPI. Dans le même sens, ils trouveraient également intéressant que les utilisateurs qui consultent leurs idées et regardent leurs créations soient eux-mêmes traçables.

Monsieur Paul Wolbers – La Haye

Responsable Loi et Réglementation, Chambre de Commerce des Pays-Bas

La réaction de Monsieur Wolbers vis-à-vis d'un i-DEPOT public est positive. Il pense que cela peut constituer une source d'inspiration pour les créateurs et une base de données intéressante pour les entreprises (à l'image de ce qui est disponible pour les brevets). Le site sur lequel seraient publiés les i-DEPOTs pourrait être un lieu de rencontre entre offre et demande : certains entrepreneurs recherchent de bonnes idées dont ils financeraient le développement, certains cherchent de l'aide ou des partenaires pour poursuivre leur processus créatif ou mettre concrètement une idée sur le marché... Selon Monsieur Wolbers, il reste impératif dans ce contexte que le déposant puisse avoir le choix de publier ou non son i-DEPOT, voire le choix de détailler précisément ce qu'il souhaite publier.

Monsieur Gerard Mom – Amsterdam

Université d'Amsterdam, Institut pour le droit de l'information

Monsieur Mom connaît bien l'i-DEPOT et voit bon nombre de secteurs (créateurs, développeurs, chercheurs, musique, etc.) dans lesquels il peut être utilisé. Pour une version publique également, il envisage certainement différentes applications et il est très enthousiaste à cet égard. Il fait remarquer qu'une bonne information sera capitale, afin que l'utilisateur non-expert puisse bien comprendre les avantages et inconvénients des deux variantes avant de faire son choix.

Monsieur Romain Jeblicq – Luxembourg

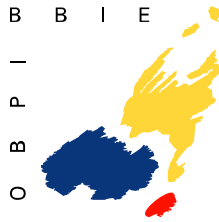
Directeur LUXORR (gestion collective de droits d'auteur)

Pour Monsieur Jeblicq, l'utilité de l'i-DEPOT est indéniable, mais il y a un grand besoin de communication et d'information des créateurs – surtout dans le contexte très mouvant actuellement. Ceci sera certainement tout aussi vrai avec un i-DEPOT public, qui requiert que les utilisateurs comprennent parfaitement les tenants et aboutissants de la publication. En tant que tel, les auteurs et créateurs tiennent à divulguer leur travail et apprécient tout ce qui contribue à augmenter leur visibilité. Cette divulgation doit cependant s'entourer de solides précautions permettant d'éviter le risque de copies. Monsieur Jeblicq estime, en résumé, que pour l'i-DEPOT public, si l'outil est bien conçu, puis bien expliqué, l'offre suscitera inévitablement la demande.

Madame Angèle Magré – La Haye

Chambre de Commerce de La Haye

Madame Magré voit un grand intérêt potentiel chez de nombreux entrepreneurs vis-à-vis de l'i-DEPOT public. Les entreprises veulent découvrir ce qui existe sur le marché et apprécient



beaucoup savoir ce que les autres acteurs du marché proposent en termes d'innovation et de création. Certes, dans la mesure où l'i-DEPOT en tant que tel (public ou non) n'est pas générateur de droits, Madame Magré indique qu'il faut communiquer clairement sur les limites de l'outil.

Monsieur Ariane Tydgadt – Bruxelles

Designer industriel, designer de produits (iol Strategic Design SCRL)

Au sein du bureau iol Strategic Design, l'i-DEPOT est déjà utilisé actuellement, notamment afin de tenter de sécuriser les négociations avec des tiers, clients ou partenaires potentiels, par rapport au travail de création des designers. Madame Tydgadt estime qu'une variante publique pourrait être fort utile, par exemple pour des jeunes designers créateurs qui veulent diffuser leurs créations et se faire un nom. L'idée de constituer aussi un « puits d'idées » dans lequel les clients potentiels puissent venir faire leur choix est une perspective intéressante pour les designers. Madame Tydgadt indique cependant que la publication augmente en même temps le risque de voir ses créations copiées. C'est là un inconvénient que les designers apprécieront différemment, en fonction de leur situation individuelle. Cette crainte pourrait être amoindrie par une modalité technique permettant d'identifier les visiteurs du site sur lequel les i-DEPOTs seraient publiés.

Monsieur Jean-François Parisse – Marche-en-Famenne

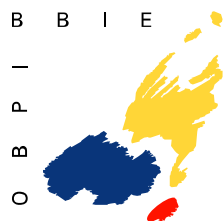
Designer industriel, designer de produits, designer graphique (STUDIODESIGN-JFP)

Pour certaines de ses créations, Monsieur Parisse introduit une demande de dessin ou modèle à l'OHMI ; dans ces cas-là, un i-DEPOT public serait évidemment contre-productif. Par contre, pour tous les cas où il n'effectue pas une telle démarche de protection, Monsieur Parisse estime qu'il y aurait une piste intéressante avec l'i-DEPOT public, à tout le moins dans la mesure où la publication serait totalement facultative et laissée au libre choix du déposant. Il lui semble qu'il serait utile de pouvoir éventuellement choisir de ne publier qu'une partie du contenu de l'i-DEPOT.

Madame Petra Herkul – Heerlen

DSM

La société DSM a été impliquée, il y a quelques années, lors de l'introduction de l'i-DEPOT électronique, dans les discussions sur les modalités pratiques et elle a depuis quelques mois un compte crédits. Bien qu'en ce qui concerne un utilisateur comme DSM, la confidentialité sera le plus souvent souhaitée, Madame Herkul voit absolument et spontanément les avantages d'une version publique. Elle est très enthousiaste pour apporter à nouveau son expertise à ce nouveau projet – l'i-DEPOT public – et y réfléchir de manière active.



3 Conclusion

Sans prétendre avoir fourni une image scientifique ou exhaustive du « marché », nous avons rassemblé ici une série d'avis et de témoignages. Ceux-ci confirment sans équivoque un intérêt vif non seulement pour l'i-DEPOT en général – ce que nous avons déjà pu remarquer –, mais aussi pour l'idée d'un i-DEPOT public. La plupart des personnes interrogées y voient un très bon outil pour la diffusion des créations, aspect primordial, mais délicat du processus créatif en général. On peut deviner dans cette vision la perspective que le site web qui publie les i-DEPOTs ressemble, à terme, à une énorme « boîte à idées », facilitant les échanges, l'innovation et la valorisation.

* * *